



5° CONAMA local

Reformulando juntos las ciudades

Del 29 de noviembre al 1 de diciembre de 2011

Vitoria-Gasteiz
Capital Verde Europea 2012

Margarita Nájera

Playa de Palma: Una respuesta

Miércoles, 30 de noviembre de 2011

El turismo:

Una primera reflexión (I)

- El sector turístico ha de ser hoy más que nunca un sector estratégico para España
- No hay otra actividad económica de tal magnitud en la economía española

El turismo:

Una primera reflexión (II)

- 10% PIB (105.000 Millones de Euros)
- Ejerce como motor de otros sectores por sus efectos multiplicadores
- Intensa capacidad de generar empleo
- 2 Millones de puestos de trabajo (11,3%)
- Fuente de divisas (40.000 Millones Euros): Permite compensar más del 50% del déficit comercial

El turismo:

Una primera reflexión (III)

AMENAZAS

- El modelo de turismo de SOL Y PLAYA presenta signos preocupantes:
 - Madurez de producto
 - Pérdida de competitividad
- Son signos que limitan su capacidad para ejercer de motor de prosperidad

El turismo:

Una primera reflexión (IV)

Aceleradores de la transformación y debilidades del modelo:

- Deterioro ambiental del litoral
- Elevada estacionalidad
- Deterioro del binomio precio-productividad
- Baja inversión de I+D+i
- Baja rentabilidad socio-económica del turismo residencial
- Complejidad burocrática y normativa

El turismo:

Una primera reflexión (V)

A todo esto hemos de añadir la aceleración de las transformaciones que están teniendo lugar en el mercado turístico en los últimos 4 años:

- Creciente competencia de nuevos destinos
- Turistas más informados, más exigentes
- Uso intensivo de las TICs
- Mayor conciencia del consumidor

El turismo:

Una primera reflexión (VI)

El gran desafío es Impulsar una ESTRATEGIA PAÍS dirigida a:

- Reposicionamiento de la oferta
- Revalorización espacios turísticos
- Revalorización productos turísticos
- Apuesta por diferenciación vs estandarización
- Nuevos modelos de gestión de la oferta y demanda

El turismo:

Una primera reflexión (VII)

El gran desafío:

- Compromiso global (empresarios, sindicatos, vecinos, partidos, etc)
- Una estrategia país (visión a l/p)
- Pacto de Estado (compromiso y alianza de todos los partidos)

Hacia un nuevo paradigma en el litoral mediterráneo

El círculo vicioso de desvalorización de los destinos maduros en el litoral
y las islas



Hipo
Popo
Rota
y
Temo ★



PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

Carles Riba Romeva, director del CDEI-UPC

"Algunas de las reservas mundiales de petróleo, gas y carbón están sobrevaloradas y pronto entrarán en franco declive"

Por ALEX FERNÁNDEZ MUERZA | 19 de noviembre de 2011

Las reservas mundiales de petróleo inician su declive y, junto con las de gas natural, carbón y uranio, **experimentarán un agotamiento total en 2060** si se continúa el crecimiento como hasta el inicio de la crisis. Así lo señala en un estudio **Carles Riba Romeva**, director del Centro de Diseño de Equipos Industriales de la Universidad Politécnica de Cataluña ([CDEI-UPC](#)), que asegura que algunos de los responsables de estos yacimientos **sobrevaloran las reservas reales**. Para llegar a esta conclusión, Riba se basa en datos del Departamento de Energía del Gobierno de Estados Unidos (EE.UU.). La única alternativa a esta dramática situación, según este ingeniero catalán, son las **energías renovables y evitar los consumos innecesarios** y el derroche. Cuanto antes se haga, señala, mejor será también para el medio ambiente, y en particular, para controlar el cambio climático. En este cambio de modelo, **los consumidores pueden hacer muchas cosas**.



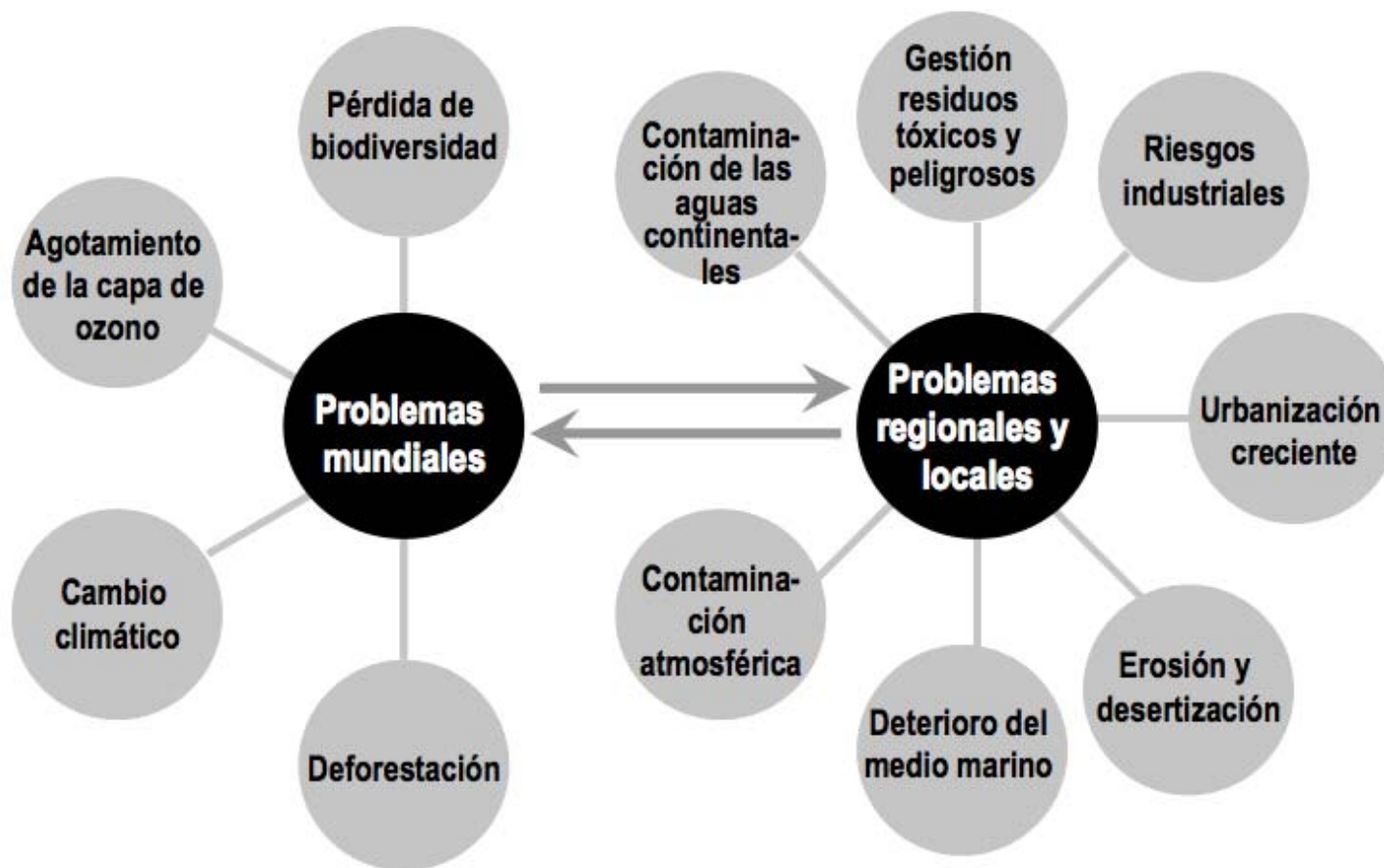
- Imagen: [CDEI-UPC](#) -

PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

Los próximos 50 años: un nuevo ciclo de crecimiento y desigualdad

- En los próximos 50 años, si no se cambian los patrones de desarrollo:
 - La población crecerá en un 50% (6.000-9.000 Mill.h.)
 - La presión sobre recursos y residuos se x por 4 o 5
 - La desaparición de especies - 1% anual -, un “ritmo de cambio de estructura de biodiversidad”
 - Las desigualdades (el 20% despilfarra el 80% de recursos y viceversa) potenciarán los conflictos/migraciones
 - El cambio climático supondrá +0,4º a +0,7º /década
 - ¿Cómo resolver el “problema de la energía”?

La interdependencia entre problemas ambientales locales y globales



Fuente: HABITAT II, Volumen primero

PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

La Playa de Palma

PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

A stylized map of Mallorca, Spain, rendered in dark blue. The map is centered on the island, which is highlighted in white with a small yellow and red flag. Concentric circles in shades of blue and light blue radiate from the center of the island, creating a target-like effect. The background is a light gray gradient.

Superficie de Mallorca
3.625,75 km²

A stylized map of the Balearic Islands in shades of blue. The island of Mallorca is highlighted with a small yellow and white icon. Concentric circles in various shades of blue are centered on Mallorca, expanding outwards to encompass the other islands in the archipelago. The text 'Población de Mallorca' is in a smaller red font, '846.210' is in a large, bold red font, and 'habitantes' is in a smaller red font below it.

Población de Mallorca
846.210
habitantes



Platja de Palma ➤

**+ de 300
días de sol
al año**



**10 km
de costa**

**ecosistemas
mediterráneos**



An aerial photograph of a resort complex. In the center is a large, bright blue swimming pool with a curved edge. Surrounding the pool are numerous blue lounge chairs and palm trees. To the right, a multi-story white building with balconies is visible. In the background, a sandy beach leads to the ocean with waves breaking. A green banner with white text is overlaid at the bottom of the image.

40.000

plazas turísticas

34.000

residentes

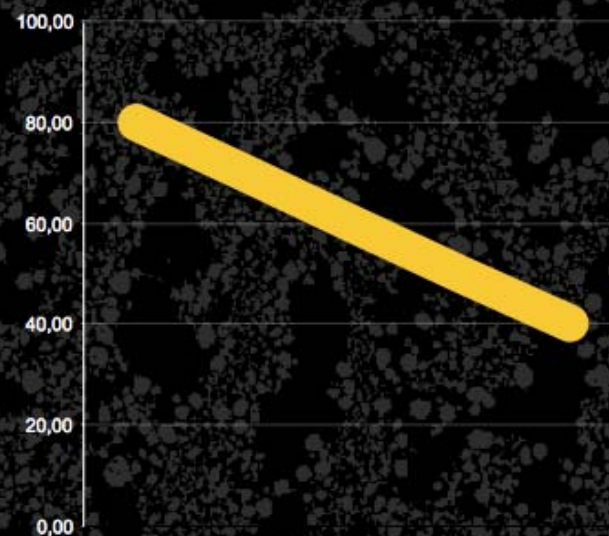


**Sin
embargo**

Gasto medio de bolsillo



Productividad





Bares y restaurantes turísticos reducen sus ingresos hasta un treinta por ciento

Las patronales de la oferta complementaria denuncian el daño que les hace el 'todo incluido'

■ GUAYAMA: PUBLIS

El verano que debía marcar el inicio de la recuperación económica se está convirtiendo en un año negro para el mundo de la restauración. Los bares y restaurantes de muchas zonas turísticas están registrando una caída de hasta el 30%, según indican en aquellos puntos de la isla en los que está más implantado el 'todo incluido', según denuncia la patronal de la asociación de empresarios de Baleares. Pilar Carbonell, del Hotelgiteo en la gestión de salas de fiestas, Pineda Vidal confirma esa apreciación, al afirmar que este verano no sólo está siendo peor que la de 2009, sino que de los pedidos son más lentos.



Richard, Noelia, María Teresa y José

La patronal de salas de fiesta califica el 'todo incluido' de 'laca' para el sector turístico

■ FEBRERÍA: PUBLIS

María Teresa, Richard Luis, María Teresa y José Luis Placencia son de Canarian y se van a ir al 'todo incluido' en Mallorca hotel Barceló Puerto Park. A su día de que sus vacaciones, se habían ido, había la ilusión de poder ir a un lugar que les gustara. Pero la realidad es que no se van a ir a un lugar que les gustara, sino a un lugar que les gustara. Pero la realidad es que no se van a ir a un lugar que les gustara, sino a un lugar que les gustara.

"No somos e.

El verano que debía marcar el inicio de la recuperación económica se está convirtiendo en un año negro para el mundo de la restauración. Los bares y restaurantes de muchas zonas turísticas están registrando una caída de hasta el 30%, según indican en aquellos puntos de la isla en los que está más implantado el 'todo incluido', según denuncia la patronal de la asociación de empresarios de Baleares. Pilar Carbonell, del Hotelgiteo en la gestión de salas de fiestas, Pineda Vidal confirma esa apreciación, al afirmar que este verano no sólo está siendo peor que la de 2009, sino que de los pedidos son más lentos.

Más co por una no cum

Los bares no sólo ven caer el número de clientes, sino que también ven bajar el precio que pagan por el alquiler de un espacio.

Evolución de la oferta hotelera de 'todo incluido' en Mallorca

Oferta todo incluido exclusivo			
Nº establecimientos	2008	2009	2010
Nº plazas	16.428	22.291	22.871
Categoría	Establecimientos	% establecimientos	Plazas
II	1	2,06 %	606
III	1	2,06 %	84
IV	1	2,06 %	660
V	34	75,80 %	14.752
TOTAL	48	100,00 %	22.871

Oferta todo incluido parcial			
Nº establecimientos	2008	2009	2010
Nº plazas (%)	76.517	79.376	81.076
Categoría	Establecimientos	% establecimientos	Plazas
II	2	1,82 %	996
III	6	4,85 %	3.204
IV	6	3,84 %	1.362
V	67	58,79 %	46.311
TOTAL	81	100,00 %	81.076

El número de plazas hoteleras de 'todo incluido' en Mallorca se duplicará en el verano 2011

Los hoteleros, ante la presión de la demanda y los touroperedores, compaginarán esta oferta con la media pensión y la pensión completa

■ FEBRERÍA: PUBLIS

El número de plazas hoteleras de todo incluido en Mallorca se duplicará en la próxima temporada.

Basado en el estudio de la oferta hotelera de Mallorca.

El número de plazas hoteleras de todo incluido en Mallorca se duplicará en la próxima temporada. Los hoteleros, ante la presión de la demanda y los touroperedores, compaginarán esta oferta con la media pensión y la pensión completa.



Una oferta al alza. Los presidentes de las zonas hoteleras de las islas Juanjo Riera, Juan Mela y Martini Fof, en la foto junto al presidente de Thomas Cook, Manny Fontana, la consejera Juana Barceló y Juan Molas (CIHAT), empujan la petición de la demanda.

hosteltur.com | turigea.com

El Banco de España advierte sobre la pérdida de competitividad

Otros destinos del Mediterráneo resisten mejor la crisis

■ FEBRERÍA: PUBLIS

Los destinos del arco mediterráneo que compiten con España muestran una "mayor resistencia a los efectos de la recesión mundial" a lo largo de 2009, según apunta el último boletín económico del Banco de España publicado ayer. Los datos de 2010 apuntan a la misma tendencia, pues la oferta turística de nuestro país está perdiendo competitividad, añade el organismo.



Fuente: Banco de España. Datos de 2010 provisionales. CLIC EN LA IMAGEN PARA AMPLIAR RESOLUCIÓN.

En este sentido, el organismo bancario recuerda que España tiene una alta dependencia del mercado exterior turístico, pues de aquí proceden uno de cada cuatro turistas extranjeros que visitan nuestro país. Y este aumento cayó un 15,5% en 2009 como consecuencia de la crisis y de la apreciación del euro frente a la libra.

Pero también destaca el Banco de España, el crecimiento de los destinos emergentes en países como, el

EL APORTE

Campaña de inspección de Turismo sin ningún expediente sancionador

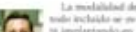
La Consejería de Turismo llevó a cabo el pasado mes de septiembre una campaña de inspección en la oferta de todo incluido en Mallorca. Del modo correcto de hoteles inspeccionados, los servicios de inspección no encontraron ningún expediente sancionador al comprobar que los hoteles y centros de todo incluido cumplen con la normativa que les regula. En la campaña se han inspeccionado los hoteles y centros de todo incluido en Mallorca, y se han encontrado los servicios de inspección no encontraron ningún expediente sancionador al comprobar que los hoteles y centros de todo incluido cumplen con la normativa que les regula. En la campaña se han inspeccionado los hoteles y centros de todo incluido en Mallorca, y se han encontrado los servicios de inspección no encontraron ningún expediente sancionador al comprobar que los hoteles y centros de todo incluido cumplen con la normativa que les regula.

del próximo verano 2011, dejaron muy claro la tendencia de la demanda vacacional en el Reino Unido y Alemania hacia Baleares. Asimismo, los touroperedores se han convertido en el principal filtro turístico, ya que algunos hoteles con los que han operado este pasado verano con el todo incluido, no repitieron el próximo año por no ajustarse a los estándares de calidad que buscan los touroperedores. Asimismo, los touroperedores se han convertido en el principal filtro turístico, ya que algunos hoteles con los que han operado este pasado verano con el todo incluido, no repitieron el próximo año por no ajustarse a los estándares de calidad que buscan los touroperedores.

PUNTO DE VISTA

Tendencia

ANSEL JIMÉNEZ



La modalidad de todo incluido se está implantando en Baleares a pasos agigantados como consecuencia del cambio de hábitos, pero sobre todo de dinero, de los turistas. El descenso paulatino del poder adquisitivo de los visitantes provoca el flojamiento de esta modalidad de hospedaje, que, lógicamente, va en detrimento de una oferta complementaria que no termina de adaptarse a los nuevos hábitos de la demanda.

Los hoteleros tiran
precios para llenar
sus establecimientos



© JMB

PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

Estamos en un contexto difícil de asumir por cuanto 2011 está siendo un buen año turístico concentrado en las zonas del litoral de sol y playa, debido principalmente a los problemas de inestabilidad geopolítica del mediterráneo oriental

Reino Unido encarecerá los vuelos con la subida impositiva

El aumento para una familia de cuatro puede llegar hasta los 360 euros

06:30

Me gusta

MIGUEL MANSO. PALMA. Alemania no es el único país que prepara un encarecimiento de los viajes aéreos por la vía impositiva —Angela Merkel confía en recaudar 1.000 millones a través de un gravamen medioambiental—. Reino Unido prevé hacer lo mismo con unas consecuencias directas en el turismo balear. Una familia de cuatro personas en un viaje de larga distancia pagará hasta unas 300 libras (363 euros) más que antes, apuntan los primeros estudios fiscales.

Los torios, del primer ministro David Cameron, han



Impuestos contra el déficit, Merkel sacará en viajes a la isla con su gravamen más que Zapatero congelando pensiones

Alemania implanta una ecotasa aérea que le costará a Mallorca 50 millones al año

Berlín pretende recaudar con el nuevo impuesto mil millones de euros anuales, que obligarán a las compañías a cobrar a cada pasajero hasta un 30% más

06:30

Me gusta

ALBERTO MAGRO. PALMA. Vuelve la ecotasa. Aunque esta vez vendrá de fuera. El Govern Matas (2003-2007) la tumbó para regocijo del sector turístico a los seis meses de estrenarse en el poder, pero siete años después Mallorca pagará igual, solo que en esta ocasión no se quedará con el dinero que reporte. Los euros engordarán el tesoro público alemán, que recaudará a los 3,61 millones de pasajeros alemanes que cada año cogen vuelos con destino a la isla 50 de los 1.000 millones de euros que pretende obtener anualmente la canciller Merkel con su recién inventada ecotasa.

Lo confirman en la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), cuyos técnicos advierten que el impuesto aéreo de nuevo cuño obligará a las compañías a pagar entre 8 y 14 euros por pasajero. Que sea una u otra cifra dependerá directamente del tamaño del avión, de sus emisiones de CO2 y de su impacto acústico. O eso es lo que creen en las aerolíneas, porque Angela Merkel presentó la idea con el estilo más de moda entre los gobernantes europeos: asustando con una medida de la que no se ofrecen más concreciones que una cifra de recaudación abultada.



Air Berlin será la aerolínea más afectada en Mallorca. Su director general lamenta el castigo "al sector que más se ha esforzado por reducir su impacto medioambiental". Foto: Lorenzo

NOTICIAS RELACIONADAS

- * Las claves de una ecotasa que también afectará a Balears. Turismo
- * Londres podría recaudar hasta 360 millones al año gracias a Mallorca. Turismo
- * "La ocurrencia la pagarán los clientes". Turismo
- * Según la Caeb la nueva tasa no será beneficiosa para las islas. Turismo

Origen y destino del turismo alemán

Iberia, Vueling y Spanair se preparan para subir sus tarifas por el petróleo

LA FACTURA CRECE/ Los costes de las aerolíneas españolas se dispararán este año por el alza del gasto en queroseno, lo que dañará los resultados. Los expertos advierten del encarecimiento de los billetes.

A.Madrid, 14/11/10

La gran brecha negra de los últimos meses, el petróleo, Vueling y a la hora de anunciar la recuperación que experimenta el sector desde principios de 2010. El precio del barril de crudo Brent, el de referencia en Europa, superó el pasado lunes los cien dólares por barril, un 20% más que el precio de referencia.

Jara, la asociación del sector, alertó esta semana de que,

EL CRUDO FRENA A LAS COMPAÑÍAS AÉREAS



Y la española



Las cuentas de la industria



Mallorca necesita más turistas cada año para mantener los ingresos de hace una década

La Federación Hotelera afirma que se ha perdido «competitividad» y «kitemaje» y urge a los partidos políticos a que tomen medidas

M. Palma



La alta presión de turistas ha saturado el Slot A del aeropuerto de Mallorca, provocando un caos de billetes. Foto: J. J. J.

M. Palma

El ministro Sebastián señaló que el turismo extranjero creció más de un 7% en las islas en 2010. El ministro de Turismo, Sebastián Leizaola, afirmó que el turismo en Mallorca creció un 7% en 2010, lo que supone un récord de crecimiento en la historia reciente de la isla. Leizaola destacó que el turismo en Mallorca es un sector clave para la economía de la isla y que el crecimiento del turismo en 2010 es un signo de recuperación del sector turístico. Leizaola también mencionó que el turismo en Mallorca es un sector clave para la economía de la isla y que el crecimiento del turismo en 2010 es un signo de recuperación del sector turístico.

M. Palma

M. Palma

La industria aérea se gastará este año 115.000 millones de euros en queroseno. El combustible es el mayor coste de las aerolíneas y el precio del barril de petróleo ha subido un 20% en los últimos meses. Esto significa que las aerolíneas tendrán que pagar más por el combustible y, por lo tanto, los precios de los billetes también subirán. Los expertos advierten que esto podría afectar al turismo en Mallorca, ya que los precios más altos podrían disuadir a algunos turistas.

M. Palma

El ministro Leizaola señaló que el turismo extranjero creció más de un 7% en las islas en 2010. El ministro de Turismo, Sebastián Leizaola, afirmó que el turismo en Mallorca creció un 7% en 2010, lo que supone un récord de crecimiento en la historia reciente de la isla. Leizaola destacó que el turismo en Mallorca es un sector clave para la economía de la isla y que el crecimiento del turismo en 2010 es un signo de recuperación del sector turístico.

M. Palma

Los hoteleros piden al futuro Govern que propicie la eliminación de la oferta turística obsoleta

La patronal de Mallorca prevé una temporada 2011 con mejor ocupación que la de 2010, pero no así en cuanto a rentabilidad empresarial

INVI CONLADO

La Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) está elaborando un documento estratégico en materia de política turística para presentarlo al Govern actual a principios del próximo año y que sirva, al mismo tiempo, de hoja de ruta para el futuro Ejecutivo que salga de las elecciones autonómicas de mayo de 2011. En este documento, según la presidenta de la FEHM, Montilós Pól, «se sigue al Ejecutivo autonómico que propicie la eliminación de la oferta de alojamiento turística obsoleta, así como la puesta en marcha de un plan del regeneración de las zonas turísticas de la isla. Hay un exceso de oferta hotelera en estos momentos, y se tiene que incentivar que se mejore con el fin de poder competir con el resto de países vacacionales».

Pól, que ayer realizó un balance de la actual temporada 2010 y dijo a conocer las previsiones para 2011, afirmó que «tenemos en Balears un problema estructural, ya que apostamos por un modelo basado en el número de turistas en vez de mejorar los precios, que es en lo que hemos fallado en 2010 y en la contratación del verano de 2011».

Rentabilidad

En este aspecto, indicó que los hoteleros de Mallorca cerrarán el año con un 30% menos de volumen de ingresos, «debido a la caída de un 13% de precios, de un 16,9% de las prestaciones y de un descenso progresivo de los ratios de ocupación, que tuvieron únicamente un repunte de julio a octubre, pero no así en el resto de

► CAMBIO DE MODELO

La Federación Hotelera de Mallorca afirma que se apuesta más por el volumen de turistas que por el precio, cuando lo importante es la rentabilidad

► BALANCE 2010

Este año los hoteleros han cerrado el ejercicio con un 10% menos de ingresos por la caída de un 15% en los precios y de un 16,9 en las prestaciones

meses». De cara al próximo año, Pól añadió que «esperamos registrar unos índices de ocupación hotelera superior a los de 2010, pero los precios de contratación firmados son inferiores. El año se va, en consecuencia, de ligera recuperación pero con muchos inconvenientes, principalmente en el mercado británico y español, no así en el alemán, que se mantuvo al alza». Y un problema que es la estacionalidad, temporadas cada vez más cortas.

En cualquier caso, que la ocupación en la temporada alta será «algo superior a 2010. Es va a diferenciar la temporada de la actual y el final del año, las ventas de última hora. Pól, en cuanto al año actual, indicó que se ha dado un paso y en las transacciones. Tu Consejo, manifestó que



La evolución de los indicadores turísticos en Mallorca mejoró de julio a octubre, pero el balance del año es negativo.

Criticas hoteleras a los vaivenes políticos en esta legislatura y a la estrategia en promoción turística

La presidenta de la FEHM, Montilós Pól, valoró ayer de forma negativa el balance

publico. La sociedad en general pide un cambio. Hay que pensar página, ser más

mente nada en promoción turística, aunque si algo en materia de ordenación».

PUNTO DE VISTA

Problema de base

MÓNICA GONZÁLEZ

La aportación del Turismo al PIB se reduce al 10%

El Turismo representó en 2009 el 10% del Producto Interior Bruto (PIB), cinco décimas menos que en 2008, "en consonancia con la evolución general de la economía", según los últimos datos analizados de la Cuenta Satélite del Turismo de España, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), tal y como ya adelantó el profesor Manuel Figuerola en NEXOTUR. Los ingresos netos turísticos volvieron a los niveles de 2005, con

27.071 millones de euros, un 8,4% menos en su tasa interanual. La demanda final turística alcanza los 105.394 millones de euros, un 8,1% menos a precios corrientes, que una vez deflactada, equivale a un decrecimiento real del 8,3%. El gasto de los españoles en viajes internos retrocedió, aunque en menor medida que el receptivo, cayendo un 3,7% a precios corrientes y un 3,6% en términos reales.

Escapate en pág. 15

El gasto de los turistas extranjeros en Balears desciende un 18 por ciento

► Los visitantes internacionales dejaron en el archipiélago 122 millones de euros en noviembre

EUROPA PRESS MADRID

► El gasto de los turistas internacionales que recalieron en Balears durante el mes de noviembre se situó en 122 millones de euros, lo que supone un descenso del 18,1% con respecto al mismo periodo del año pasado y coloca a las

como la sexta comunidad en men de ingresos durante ese según los datos de la encuesta de gasto turístico, Egatur, ordenada por el Ministerio de Infraestructuras, Turismo y Comercio. El gasto por turista durante el mes en Balears alcanzó los 5 euros por persona, un 2,4% que el año pasado. Mientras, el gasto diario de los visitantes en el archipiélago bajó un 7,5% al situarse en 91 euros por jornada. En noviembre, el gasto total de turistas internacionales a nivel nacional ascendió a 2.930 millones

de euros, un 3,1% más que en el mismo mes del ejercicio anterior. Se trata del séptimo mes consecutivo en el que se registra un incremento del gasto.

Por comunidades, Canarias fue la primera autonomía receptora de gasto en el mes de noviembre, concentrando un gasto total de los turistas extranjeros de 914 millones de euros. La siguiente comunidad fue Cataluña, con 612 millones de euros y un crecimiento cercano al 12% respecto a noviembre del año pasado.

Respecto al acumulado entre enero y noviembre, Balears es la segunda comunidad con mayor volumen de gasto realizado por los turistas foráneos al concentrar 8.660 millones de euros, un 0,6% más que los ingresos alcanzados en el mismo periodo del año pasado.

El gasto por turista en estos once meses de 2010 alcanzó en la comunidad una tasa de 952 euros, lo que representa un descenso del 1,3%. Mientras, el gasto diario fue de 110 euros, un 6,7% más que en 2009.





ANTES DE EMPUJAR TODOS EN LA MISMA DIRECCIÓN,
CONVENDRÍA AVERIGUAR A DÓNDE VAMOS



elrotoelpais@gmail.com

**La
solución**

**La
Revalorización
de la Platja
de Palma:
Plan de Acció
Integral**

nuestra meta

Con la mirada puesta en el 2020 queremos convertir Platja de Palma en un destino innovador, próspero y sostenible que sirva como referente mundial para otros destinos turísticos maduros.





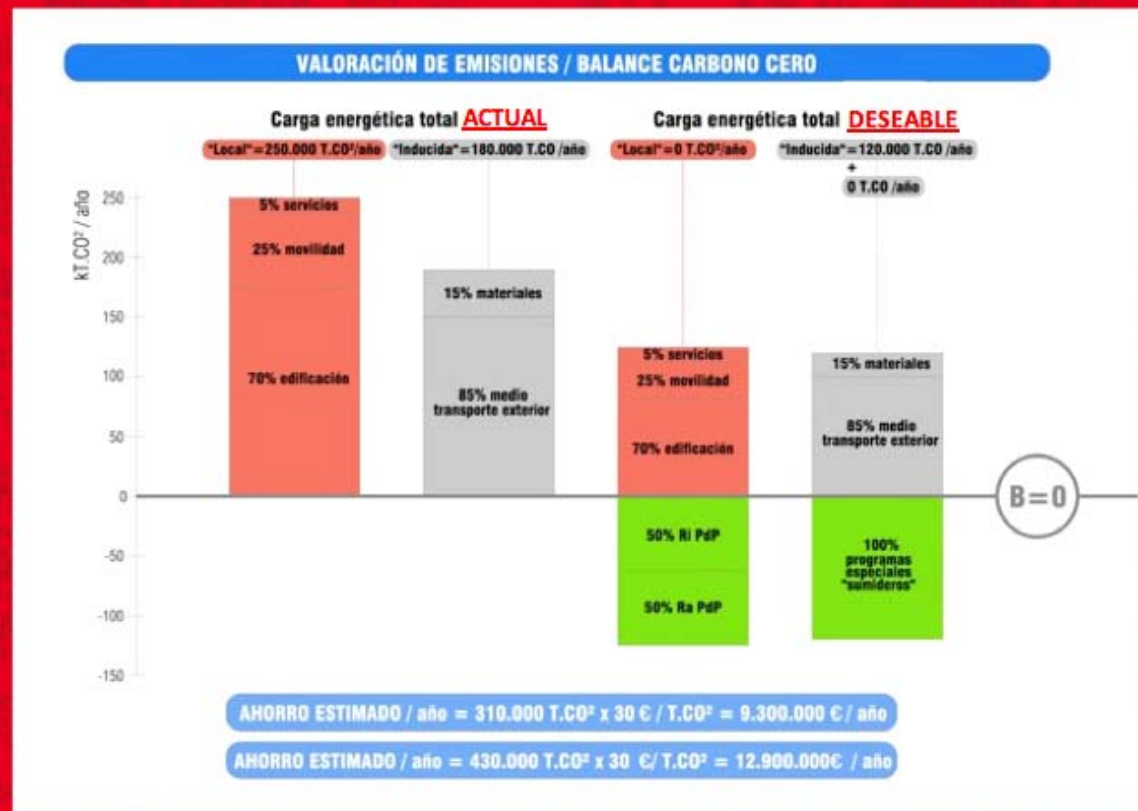
los retos clave

- Menos plazas, más calidad
- Menos turistas, más capacidad de gasto
- Un destino que funcione todo el año
- Un destino medioambientalmente responsable

Formular un nuevo posicionamiento turístico

los retos clave

Reducir la carga ambiental local y global:
Balance 0 en emisiones de CO2





**los
retos
clave**

**Proyecto innovador en un
contexto de cambio global**

los retos clave



Obtener un respaldo estratégico a
través de la Gobernanza

→ **LOS INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN DE LA “ESTRATEGIA PARA LA REVALORIZACIÓN DE LA PLATJA DE PALMA”**



Fuente: F. Prats/Consortio

PLAYA DE PALMA: UNA RESPUESTA

lógicas





LOS EQUIPOS DEL PAI

Bajo la dirección de la Comisionada y del **Equipo del Consorcio**, en la redacción del PAI han colaborado un conjunto de equipos a cuya cabeza han participado:

- **Coordinación general:** F. Prats, Socio de AUIA y miembro del Consejo Español de Turismo (CONESTUR)
- **Diagnósticos iniciales:** J. Rey-Maqueira, Profesor de la UIB y T. Munar, Presidente de Turismoconsultin.com
- **Turismo:** E. Bordas, Presidente de THR
- **Economía empresarial:** A. Gutiérrez Borjabad, Socio de Everis
- **Fiscalidad:** J.M. Cardona, Socio del Bufete J&A. Garrigues²
- **Ecología:** B. Morales, Directora del IMEDEA
- **Sociolaboral:** O. Homs, Director de CIREM
- **Seguridad:** J. Tovar, Director de Gabinet de Perspectiva
- **Gobernanza:** S.Lora, Director de Consulluna
- **Corrección y divulgación:** C. Garrido y J. Calatayud, Periodistas
- **Urbanismo:** E. Bindels, Socio de WEST 8³
- **Derecho Urbanístico:** A. Blasco, Catedrático de la UIB
- **Metabolismo – Servicios Urbanos:** F. Tejada, Director de área de ARUP
- **Edificación:** A. Villanueva, Socio de AUIA
- **Servicios TIC:** P. Antón, Director de TIC de Segittur
- **“Gobernanza”:** S. Lora, Presidente de Consulluna
- **Divulgación:** C. Garrido, Periodista
- **Diseño:** A. Corazón, Presidente de Diseño Público

Y la colaboración especial de **F. Panizo**, ex -Secretario General de Turismo y miembro del Consejo Español de Turismo (CONESTUR), de **J.A. Alonso**, Director de Eficiencia Energética del IDEA y de **Jesús M. González Pérez**, Profesor de Geografía en el Departament de Ciències de la Terra, Grup d' Investigació sobre Sostenibilitat i Territori (GIST) de la Universitat de les Illes Balears

Nuevos marcos

- Nueva ley urbanística
- Nueva ley fiscal
- Nueva ley laboral
- Acuerdo político - partidario

arquitectura



EL "ESCENARIO FINAL PLATJA DE PALMA" (50% plazas x 200% calidad)
CON RELACIÓN A LA SITUACIÓN ACTUAL

INDICADOR	Situación actual 2010	Escenario final PAI
1. ATRACTIVO TURÍSTICO · Sistema de experiencia operacional	100%	550%
2. CALIDAD DEL DESTINO · % de plazas de 4* y 5*	100%	400%
3. INGRESOS TURISMO REGLADO · Ingresos anuales totales/turista reglado	100%	139%
4. OCUPACIÓN · Plazas regladas ocupadas/total plazas existentes	100%	133%
5. DESESTACIONALIZACIÓN · Plazas regladas ocupadas en invierno sobre el total	100%	261%
6. RH ESPACIOS NATURALES · Espacios naturales clave rehabilitados	0%	100%
7. EMPLEO TURÍSTICO · Empleo turístico existentes como promedio anual	100%	137%
8. RH ALOJAMIENTO RESIDENCIAL · Viviendas rehabilitadas integralmente (certificadas)	0%	100%
9. MOVILIDAD · Desplazamientos internos realizados en medios contaminantes	100%	26%
10. EMISIONES CO2 · Emisiones anuales de CO2 (alojamiento, servicios y movilidad)	100%	0%
11. CONSUMO DE AGUA POTABLE · Consumo de agua potable	100%	65%
12. IMPACTO CLIMÁTICO DEL TRANSPORTE AÉREO	100%	50%

Comportamiento Escenario Final respecto de la Situación Actual

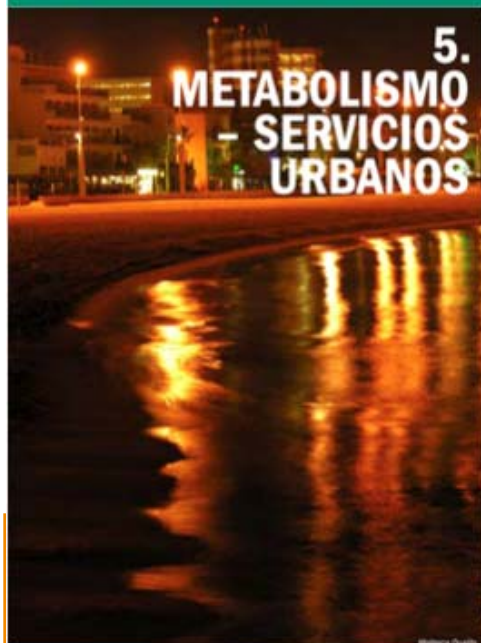
 Peor
  Igual
  Mejor

y un nuevo
paradigma
en Baleares

+ ~~=~~ mejor



Ocho bloques estratégicos



1. POSICIONAMIENTO TURÍSTICO



PROGRAMA I

Diseñar un modelo de negocio competitivo

PROGRAMA II

Diseñar e implementar el “diamante competitivo”

PROGRAMA III

Diseñar e implementar el sistema de marketing de la Platia de Palma.

PROGRAMA IV

Directrices estratégicas y sistemas de seguimiento con relación a la adaptación y resiliencia frente al cambio climático.

PROGRAMA V

Definir estrategias y aplicar medidas para la conservación y aumento de la resiliencia de los ecosistemas naturales terrestres, litorales y marinos.

PROGRAMA VI

Diseñar e implementar un sistema de información, gestión y seguimiento sobre la

2. CAMBIO CLIMÁTICO Y SISTEMAS NATURALES



3. CALIDAD DE VIDA Y EMPLEO

PROGRAMA IX

Diseñar e implementar un plan para fortalecer la Cohesión social y mejorar la calidad de empleo.

PROGRAMA X

Diseñar e implementar un plan para la reconversión del tejido productivo existente.

4. ENTORNO URBANO Y TURÍSTICO

PROGRAMA XI

Elaborar un planeamiento urbanístico que revalorice, defina y proteja las diferentes áreas urbanas y paisajísticas.

PROGRAMA XII

Gestionar el suelo clave para la viabilidad del proyecto.

PROGRAMA XIII

Diseñar e implementar un proyecto de reurbanización general de la





5. METABOLISMO - SERVICIOS URBANOS

Mallorca Quality

PROGRAMA XV

Diseñar e implementar un escenario energético finalista con “balance de carbono=” y 100% de energías renovables.

PROGRAMA XVI

Diseñar e implantar un sistema de gestión en el ciclo urbano del agua con el mínimo impacto y la mejor eficiencia.

PROGRAMA XVII

Diseñar e implementar un sistema de

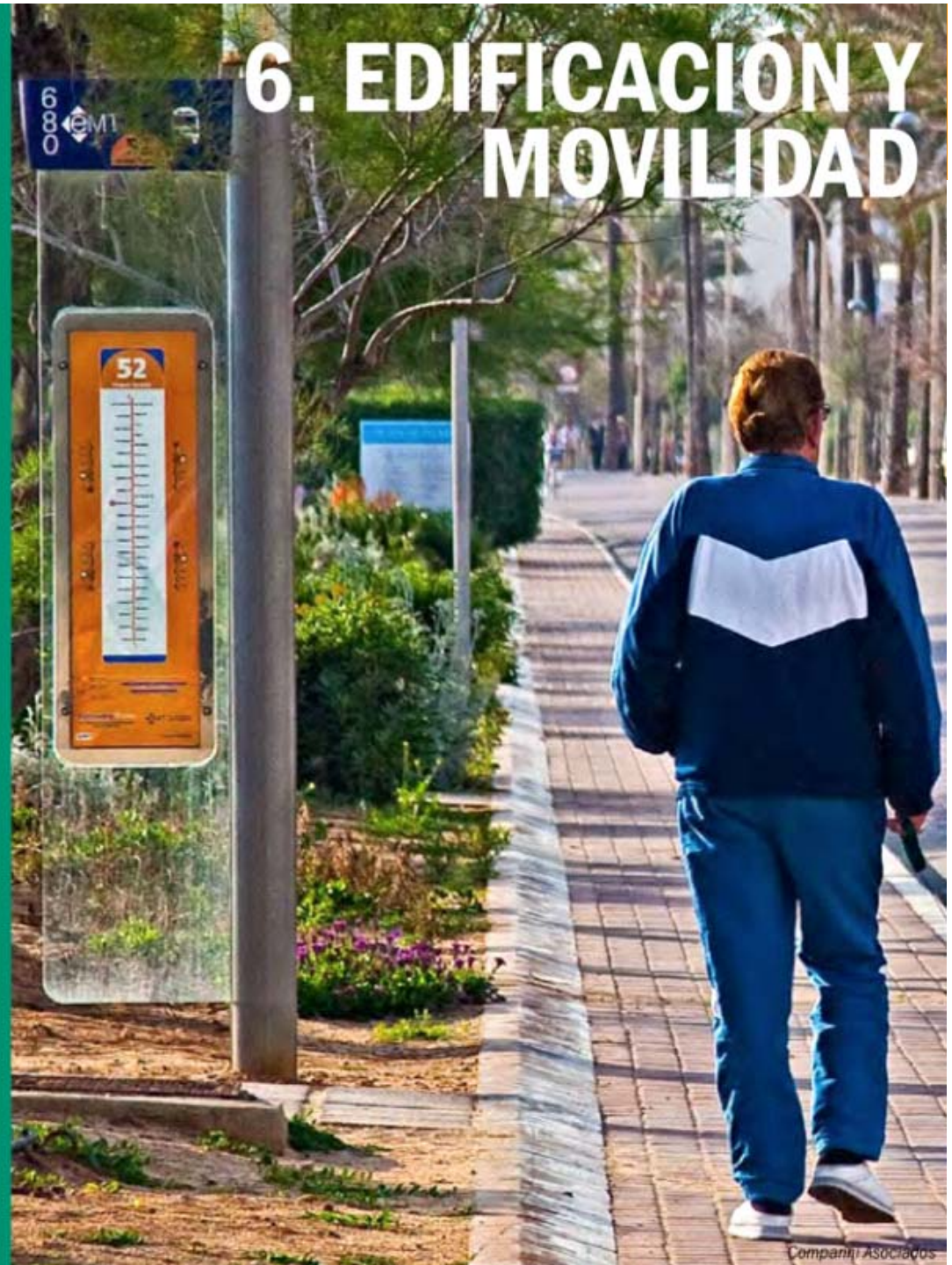
6. EDIFICACIÓN Y MOVILIDAD

PROGRAMA XIX

Diseñar e implementar un plan y un sistema de certificación para la rehabilitación integral (y la obra nueva) de la edificación turística y residencial para reducir al 50% su carga ambiental y el número de plazas turísticas.

PROGRAMA XX

Diseñar y gestionar un plan de



7. SERVICIOS TIC



PROGRAMA XXI

Planificar e implementar un sistema integral ubicuo.

PROGRAMA XXII

Diseñar e implementar herramientas y servicios para incrementar la productividad y la competitividad de las empresas.

PROGRAMA XXIII

Diseñar e implementar los servicios y herramientas necesarios para dar soporte al ciclo de vida del turista.

8. “GOBERNANZA”

PROGRAMA XXVI

Diseñar y llevar a la práctica un plan de relaciones institucionales.

PROGRAMA XXVII

Diseñar y llevar a cabo un plan de relaciones con la sociedad.

PROGRAMA XXVIII

Diseñar e impulsar un amplio proceso participativo.



¿Y ahora qué?
El debate social

La irrupción del debate social Platja de Palma en la red: Escucha activa

Web social

Principales sites



Autores

Atributos asociados

Los principales interrogantes de fondo

- ¿Cómo afrontar el declive regional?
- ¿Un cambio tan ambicioso del modelo turístico?
- ¿Revalorizar sin crecer? ¿Rehabilitación + Catedrales?
- ¿Es necesario expropiar/realojar?
- ¿Reducir y mejorar seriamente la oferta hotelera?
- ¿Neutralidad de carbono y 100% ER? ¿o Gas?
- ¿Rehabilitación integral de toda la edificación?
- ¿Y el “cambio laboral”?
- ¿Una actuación a 20/30 años?
- ¿Qué tipo de liderazgo y gestión pública/privada?

Gracias

Margarita Najera

margarita@najera.com

600 589 701